



ЛЕВЛА ТУРЛЫБЕК

ДО 2014 ГОДА ГЛАВНЫМ ИМПОРТЕРОМ СОЛИ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК БЫЛА УКРАИНА. НО СЕЙЧАС ЕЕ МЕСТО АКТИВНО ЗАНИМАЮТ КОМПАНИИ ИЗ КАЗАХСТАНА И БЕЛОРУССИИ

16 → ИМПОРТ РАСТЕТ Рынок пищевой соли также продолжает расти. Эта тенденция была и в прошлом году. В 2019 году, по данным Roif Expert, объемы потребления увеличились на 8,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. «Производители пищевой соли в России среагировали на спрос интенсификацией производства в размере 5%. Однако полностью закрыть потребность собственными силами не удалось, по итогам отчетного периода 2019 года объем импортных поставок увеличился на 18% по сравнению с прошлым годом», — отмечают аналитики.

По словам Владимира Левина, объемы производства у российских предприятий незначительно выросли, но в целом рынок достаточно стабилен. «Интенсивного роста рынка соли не может быть без наращивания производства пищевой и химической промышленности, а этого пока не происходит», — считает он.

Если обратиться к структуре зарубежных игроков, господин Левин отмечает приход производителей из Казахстана, которые «придавили» рынок ценой. В целом же расстановка сил практически не поменялась: в лидерах по-прежнему белорусские компании. По данным исследования, проведенного маркетинговым агентством Roif Expert, доля отгруженной продукции в общем объеме поставок пищевой соли в Россию из Казахстана увеличилась на 3 п. п.

Еще пять лет назад лидером на рынке соли была Украина, но после известных событий ей пришлось покинуть российский рынок. Сегодня ее место активно занимают производители из братских республик. По оценке Евгения Короля, вице-президента по продажам АО «Аралтуз» (Казахстан, производит соль под брендом «Славяночка»), компания сегодня занимает до 16% российского рынка. Примечательно, что еще семь лет назад компания на российском рынке практически не была представлена. В 2012 году компания продавала 1,3 тыс. тонн соли в Россию. В этом году на рынке РФ «Аралтуз» планирует реализовать 336 тыс. тонн — это 75% от реализации компании. Сегодня «Аралтуз» добывает около полу-

миллиона тонн соли, мощности же компании позволяют производить до 1 млн тонн соли в год. Запас месторождений соли, по оценкам господина Короля, составляет около 40 млн тонн.

Активная стратегия казахстанских производителей нравится не всем. На фоне такого роста разворачиваются нешуточные маркетинговые сражения.

Например, по рассказу господина Короля, недавно в интернете прошла волна негативных роликов о качестве соли «Аралтуз». Среди прочих претензии высказывались к нерастворимому остатку соли. «Доходит до абсурда. Например, в одном ролике блогер рассказывает, что ему попались стекла в нашей пачке соли», — рассказывает вице-президент «Аралтуза». — Блогер, очевидно, спутал этот осадок с минералами природного происхождения. Вы только представьте, мы отгружаем 300 млн пачек в год, и без своего стекольного завода. Мы нашу соль стеклом просто физически не обеспечим, в этом и есть вся абсурдность. Нашу продукцию периодически проверяет Роспотребнадзор и остальные проверяющие органы РФ, и ни разу не вводили запрет». Тем не менее, какими бы абсурдными ни были обвинения в интернете, торговые сети на них реагируют. «Одна крупная российская сеть приостановила продажи нашей продукции, мотивировав это тем, что присутствие нашего бренда плохо влияет на имидж. Я приехал с документами, экспертизой, все показал, объяснил. Вопросы снялись. Но вслед за крупной сетью продажи приостановила и менее масштабная. И отказывалась возобновить их до тех пор, пока не начнут продажи более крупный ритейлер», — сокрушается вице-президент по продажам.

ЭКСТРА-ТЕНДЕНЦИЯ По словам исполнительного директора ассоциации «Русспродсоюз» Дмитрия Вострикова, производственная база российских изготовителей позволяет полностью закрыть внутренние потребности. «Однако сложности с отгрузкой российской соли, которые игроки испытывали ранее, не позволяли достичь этого показателя.

В этом году ситуация на рынке подвижного состава стабилизировалась», — говорит он.

Кроме того, как он отмечает, в последние годы увеличивается спрос на соль «Экстра», которая получается путем выпаривания из рассола и представляет собой чистый химический продукт. Основные производственные мощности этого вида соли всегда находились в Белоруссии.

«Но ситуация меняется. В последние годы в России тоже наращиваются производственные мощности этого вида. Полностью модернизировано производство „Экстры“ в городе Усолье-Сибирское Иркутской области. В 2018 году запущен завод в Новомосковске Тульской области. В ближайшие годы планируется ввод еще нескольких заводов в центральной части России, что позволит на 100% покрывать потребности нашей страны в соли „Экстра“», — прогнозирует господин Востриков. На это указывает и Александр Коломеер. «Существенную часть в структуре импорта традиционно занимала соль марки „Экстра“. Однако после введения запрета на ввоз зарубежной продукции в рамках санкций и программ импортозамещения российские производители стали активно развивать это направление. В частности, был открыт завод в Новомосковске. И хотя остаются сложности с логистикой, постепенно доля поставок от российских предприятий будет расти», — считает Александр Коломеер.

Следует отметить, что культура потребления соли в стране в зависимости от региона различается. В Петербурге, Москве и других крупных городах потребитель чаще всего использует заводскую упаковку — круглые баночки — и солит из нее. А во многих регионах еще предпочитают держать соль в небольшой миске и солить пищу пальцами.

ДОБАВИТЬ ЙОДУ Одна из наиболее активно обсуждаемых инициатив — обязательное йодирование пищевой соли. С таким предложением выступило Министерство здравоохранения России. Владимир Левин говорит, что об этой

инициативе слышит уже около 10 лет, однако пока изменений не произошло. «В любом случае это вряд ли как-то повлияет на рынок. Йод на производствах есть. Но потребители не готовы к такому решению. Сейчас спрос на йодированную соль минимален. Чтобы изменить ситуацию необходимо провести масштабную рекламную кампанию, на которые нужны средства. Если же эта мера будет носить рекомендательный характер, то ее тогда просто будут игнорировать», — считает Владимир Левин.

Эксперты напоминают, что в 2018 году в России вступил в силу новый ГОСТ. Согласно изменениям, теперь йодирование проводится с использованием йодата калия, исключая применение йодида калия. Срок годности продукции в этом случае увеличивается с 9–12 месяцев до полутора лет. «Лабораторные исследования подтвердили, что йодат калия, в отличие от йодида, позволяет сохранить необходимую концентрацию йода в соли в течение всего срока годности. Из-за улетучивания йодида калия покупатель не всегда имел гарантию, что указанное количество йода на этикетке присутствует в продукте, а это граничило с обманом потребителя», — поясняет Дмитрий Востриков.

Директор компании «Соль Петербурга» Вячеслав Довнорович называет обязательное йодирование пищевой соли двояким вопросом и обращает внимание на химические особенности йодата калия, который предлагается использовать. «Это очень летучее соединение. При любой термической обработке пищи через секунду от него и следа не останется. Поэтому полезность данного продукта актуальна только при досаливании салатов. Но здесь возникает вопрос в дозировке: рекомендуемое суточное потребление обычной соли — 5–6 граммов на человека, для йодированной соли — 3–4 граммов. В итоге либо организм получит переизбыток йода, либо салат останется недосоленным», — считает Вячеслав Довнорович.

Евгений Король рассказывает, что йодирование соли обязательно в большинстве стран бывшего СССР. ■